

# 주제전문서비스의 현황과 과제

## - 서울대 학과전담서비스를 중심으로 -

홍 순 영  
(중앙도서관 정보관리과)

### < 목 차 >

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1. 서론          | 3. 서울대 학과전담서비스 |
| 2. 주제전문서비스     | 3.1 도입 및 추진 경과 |
| 2.1 등장 배경      | 3.2 서비스 현황     |
| 2.2 개념 및 업무 정의 | 3.3 성과 및 과제    |
| 2.3 해외 현황      | 4. 결론          |
| 2.4 국내 현황      |                |

### 1. 서론

최근 2~3년 간 국내 대학도서관계의 최대 화두는 단연 ‘주제전문사서’ 내지 ‘주제전문서비스’라 해도 결코 과언은 아닐 것이다. 국내 대학도서관으로는 2005년 동 서비스를 도입한 성균관대가 그 효시로서, 그 뒤를 이어 서울대, 연세대 등 주요 대학들이 서비스 개시를 천명한 이래 비야호로 주제전문서비스는 대학도서관계의 핵심 논제로 부상하였다고 볼 수 있다.

여기에서 서울대 도서관이 본격적인 주제전문서비스 정착을 목표로 소위 ‘학과전담서비스’를 시행한 것은 지난 2007년 2월 6일자로 단행된 대대적인 조직 개편의 일환으로서였다. 당시 국립대학 도서관으로서는 유례없는 도서관 경영진단이라는 이를테면 조직에 대한 대대적인 종합 검진을 거쳐 단행된 조직 개편과 함께 출범한 학과전담서비스는 최근의 도서관 서비스 패러다임인 ‘이용자 중심 서비스’의 중핵을 이루고 있다.

이와 같은 배경의 학과전담 연구지원실도 부서 신설로부터 어언 3년째에 접어들고 있다. 회고해보면 신생 부서로서 경험해야 했던 업무 추진 상의 갖가지 어려움과 시행착오를 거

쳐 비교적 서비스 안정화 단계라고 평가할 수 있는 현재에 이르기까지 학과전담 연구지원실의 업무 추진 경험은 동종의 서비스 도입을 서두르는 국내 타 대학의 벤치마킹 대상이 되고 있으니 새삼 감회가 새롭다.

그리하여 이 시점에서 학과전담 연구지원실의 지난 3년간의 족적을 되짚어보고 아울러 앞으로의 행로를 점검해보는 것은 그 나름대로 의미 있는 작업이 될 것으로 생각한다. 더군다나 도서관 내부적으로는 전담 직원 12명의 거대 부서로서 도서관 서비스의 견인차 역할을 자임하고 있느니 만큼 그간의 업무 경과를 도서관 내 타 부서는 물론이거니와 타 대학도서관에도 시사하는바 크리라 생각된다. 또한 학내 연구자에 대한 연구지원서비스로서 대학의 연구 효율성에 미치는 직간접적인 파급 효과에 비추어보더라도, 그리고 아울러 앞으로의 서비스 전개를 위한 방향 모색을 위해서도 지난 3년간의 서비스 경험에 대한 점검이 어떻게든 필요한 시점으로 생각된다.

따라서 본고에서는 주제전문서비스 정착을 목표로 시행 중인 현행 학과전담서비스를 중심으로 서비스 개시로부터 현재에 이르기까지 그간의 추진 경과를 살펴봄으로써, 지난 3년간 거둔 소기의 업무 성과와 함께 남겨진 과제를 점검하고 앞으로의 발전 방향을 전망해 보고자 한다.

## 2. 주제전문서비스

### 2.1 등장 배경

주제전문서비스에 대한 논의와 관련, 문헌에 의하면 미국의 도서관계에 주제 전문가가 본격적으로 도입되기 시작한 계기는 제2차 세계대전으로, 당시의 미국에서는 국방 대책으로서 지역연구의 필요성이 강력하게 제기됨에 따라 도서관에서도 지역정보가 중시되기에 이르렀다고 한다. 이 같은 상황에서 지역연구를 위한 사서가 주제정보 전문가로서의 역할을 수행하게 되고, 동일 지역을 담당하는 사서 간의 비공식적인 정보 교환은 점차 공식적인 전문직 단체를 형성하기에 이르게 된 것으로 나타난다. 그리고 이들 주제 전문가가 미국의 연구도서관에서 영향력을 가지게 됨에 따라 1960년대에 이르러서는 거의 대부분의 주요 대학도서관에서 주제 전문가를 배치하는 수준으로까지 발전하게 되었다는 것이다.<sup>30)</sup>

한편 국내의 경우 주제전문사서의 개념이 1966년도 논문<sup>31)</sup>에서 처음으로 언급된 이래 '70~'80년대에 걸쳐 몇 편의 논문 발표 외에는 별다른 움직임이 없었던 것으로 보인다. 그러던 것이 1990년대 후반에 들어 주제사서 활성화 방안이 재 논의되기 시작하면서 이후 활발한 연구로 이어지고 최근 들어서는 대학도서관 현장에서 실제로 제도적 도입을 시도

30) F. J. Hay, "The Subject Specialist in the Academic Library : A Review Article," *The Journal of Academic Librarianship*, Vol.16, No.1(1990), pp. 11-17.

31) 안영주, "우리나라 대학도서관에 있어서 참고봉사의 문제점," *도서관*, 제21권, 9호(1966), pp. 5-8.

하면서 주제전문서비스 논의는 다시금 최전성기를 맞이하고 있다. 이와 같은 추세를 단적으로 보여 주는 것은 KERIS 주관 전국대학도서관대회에서도 주제전문서비스가 2007년 이래 지속적으로 기조 강연 혹은 참고봉사 분과의 의제가 되어오고 있는 데에서도 알 수 있다. 또한 가장 최근으로는 2009년도 한국사립대학교도서관협의회 실무자 워크숍의 주제 또한 주제전문서비스였던 점에서도 짐작할 수 있을 것이다.

이처럼 최근 국내에서 주제전문서비스가 재조명되고, 그 중요성이 다시금 강조되는 이유에 대해서는 일반적으로 1) 학술정보자원의 디지털화 등 정보환경의 급속한 변화, 2) 이용자의 정보이용행태 변화 및 이용자 요구의 다양화, 3) 도서관 서비스의 패러다임 변화에 따른 이용자 중심 서비스 구현, 4) 대학의 경쟁력 강화를 위한 핵심 지원기관으로서 도서관의 학내 입지 강화 필요, 5) 법학전문대학원 설치에 따른 법학전문사서의 수요 발생 등이 지적되고 있다.

결국 주제전문서비스는 이 같은 필요성을 배경으로, 2005년 이후 성균관대를 비롯한 일부 대학도서관에서 조직 체계를 주제화 방향으로 전환하고, 본격적인 서비스 가동에 나선 것을 계기로 최근 도서관계 및 학계의 비상한 관심과 논의의 대상이 되어오고 있다.

## 2.2 개념 및 업무 정의

주제전문서비스의 용어와 관련해서는 해외 도서관에서도 이에 대한 정확한 대역어는 없는 것으로 보인다. 다만 주제전문서비스를 수행하는 인력으로서의 주제전문사서 혹은 리에종 사서라는 용어가 널리 대응되고 있을 뿐이다.

주제전문서비스를 담당하는 주제전문사서는 “주제 분야에서 고도의 지식을 소유하고 관련 주제 영역의 자료를 선정, 평가하는 업무를 담당하고 아울러 정보서비스와 서지 업무를 담당하는 도서관 직원”으로 정의되고 있다.<sup>32)</sup> 그리고, 이 같은 주제전문사서를 지칭하는 용어로는 주제사서(subject librarian), 전문주제사서(specialist subject librarian), 주제 전문가(subject specialist) 등이 있으며, 한편으로는 리에종 사서(liaison librarian), 도서관 리에종(library liaison), 교수 리에종 사서(faculty liaison librarian), 기타 ‘outreach librarian’, ‘contact librarian’ 등으로도 불리고 있다. 다만 여기에서는 주제전문사서와 리에종 사서 간의 개념상의 구분이 다소 필요할 것이다.

전술한 주제전문사서에 대한 정의에서도 나타나듯이 주제전문사서가 고도의 주제 관련 지식을 기반으로 제반 소관 업무를 수행한다면, 이에 대해 리에종 사서는 특정 주제 영역과 함께 고객 기반의 서비스에 중점을 두고 있다는 것이다. 환언하면, 리에종 사서는 교수진을 중심으로 한 이용자와 도서관 간의 긴밀한 연락 또는 커뮤니케이션을 담당하는 사서로서, 고객과의 커뮤니케이션 촉진을 통해 이용자 중심의 서비스를 구현하고 도서관의 가

32) 사공철 등편. 문헌정보학용어사전. 서울, 한국도서관협회, 2003. p. 340.

치평가를 상승시키는 역할을 수행한다고 할 수 있다. 따라서 주제전문사서와 리에종 사서 간에는 이용자와의 커뮤니케이션 채널로서의 역할 비중 및 주제 전문성의 정도에 있어 다소 차이가 존재할 수 있으나, 양자 간의 수행 업무에 있어서는 큰 차이가 없는 것으로 설명되고 있다. 아울러 오늘날의 도서관에서는 이용자가 도서관으로 찾아오기를 기다리기보다 도서관이 이용자에게로 다가가는 적극적인 접근 전략을 펼치고 있으며, 이러한 역할의 강조로 인해 리에종 역할이 보다 강조되는 경향을 보이고 있다는 의견이 제기되고 있기도 하다. 33)

한편 주제전문서비스의 업무 범위는 곧 주제전문사서 또는 리에종 사서가 수행하는 주요 업무를 개관함으로써 이해할 수 있을 것이다. 이와 관련, 1990년대 미국 대학도서관의 경영, 사회과학, 자연과학 분야 주제전문사서 구인광고를 분석한 한 연구에 의하면, 그들의 주요 역할은 정보서비스(87.3%), 장서개발(86.6%), 이용자 및 서지교육(82.9%), 리에종(55.6%), 데이터베이스 검색(48.6%) 순이었다.<sup>34)</sup> 이후 대학도서관 주제전문사서의 책무의 중요도와 관련한 또 다른 연구에서는 참고데스크에서의 정보서비스(72%), 주제 분야 이용자 교육(58%), 주제 분야 정보서비스(44%), 주제 분야 장서개발(34%), 담당 학과 교수와의 리에종 역할(32%) 순으로 나타났다.<sup>35)</sup>

이상에서 보듯이 주제전문서비스의 범주에는 크게 정보서비스, 장서개발, 이용자 교육, 리에종 업무 등이 포함되나, 그 밖에도 도서관에 따라서는 특별사업으로서 교수와의 협력에 의한 연구 프로젝트 수행, 도서관 기금조성(fundraising), 기관 리포지터리(IR; institutional repository) 홍보, 디지털 프로젝트 지원, 저작권 상담, 전시회 개최 등을 주제전문사서 혹은 리에종 사서가 주관하고 있다.<sup>36)</sup>

### 2.3. 해외 현황

주제전문서비스의 해외 운영 현황과 관련해서는 최근의 ARL(Association of Research Libraries: 미국 연구도서관협회, 이하 ARL) 조사 결과<sup>37)</sup>가 전반적 이해에 도움이 될 것이다. 이하에서는 미국 대학도서관계의 서비스 현황을 간단히 소개함으로써 해외 주제전문서비스의 최근 동향을 개관하고자 한다.

33) S. Pinfield, "The Changing Role of Subject Librarians in Academic Libraries," *Journal of Librarianship and Information Science*, Vol.33, No.1(2001), pp. 32-38.

34) G. W. White, "Academic Subject Specialist Positions in the United States: A Content Analysis of Announcements from 1990 through 1998," *Journal of Academic Librarianship*, Vol.25, No.5(1999), pp. 372-382.

35) S. L. McAbee and J.-B. Graham, "Expectations, Realities, and Perceptions of Subject Specialist Librarians' Duties in Medium-sized Academic Libraries," *Journal of Academic Librarianship*, Vol.31, No.1(2005), pp. 19-28.

36) ARL. Liaison Services. Washington, D.C., ARL, 2007.

37) ARL, *op. cit.*

참고로 ARL의 조사는 123개 회원기관을 대상으로 이루어졌으며, 이 가운데 응답 도서관은 66개관으로서 54%의 응답률을 보이고 있다. ARL 조사의 주요 문항에 대한 각 기관의 응답 및 각각의 분포도를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 서비스 배경

- 주제전문서비스로서 리에중 서비스를 실시하고 있는 도서관은 62개 기관으로, 전체 응답 도서관의 94%를 차지하고 있다.
- 리에중 서비스를 1980년 이전부터 개시한 도서관은 29개 도서관(응답 도서관의 49%)으로 가장 많았으며, 이하 개시 연도별 분포는 1980~84(5개관), 1985~89(4개관), 1990~94(6개관), 1995~99(3개관), 2000~04(4개관), 2004년 이후(1개관) 등이다.
- 리에중 사서의 수행 역할을 결정한 주체는 ‘도서관의 정책적 결정’(44개관, 75%), ‘사서들의 학과별 서비스 수요에 대한 인식’(33개관, 56%), ‘학과 구성원들과의 비공식적 커뮤니케이션’(22개관, 37%), ‘학과와의 공식적 회합’(13개관, 22%), ‘학과 대상 설문조사 결과’(7개관, 12%), 기타(13개관, 22%) 순이다.

2) 리에중 사서의 배경

- 리에중 사서가 학내 전 학과에 배정되어 있는 곳은 52개관(85%)이며, 일부 학과만을 대상으로 전담하고 있는 기관은 9개관(15%)이다.

3) 리에중 서비스 확산 및 학과 참여도

- 각 학과에 대한 리에중 서비스 확산 정도를 보면, ‘학내 전 학과가 리에중 서비스의 혜택을 받고 있다’(37개관, 61%), ‘그렇지 않다’(24개관, 39%)로 나타났다.
- 리에중 서비스에 대한 학과 참여를 유도하기 위한 방법으로는 ‘리에중 사서의 학과 미팅 참석을 독려’(56개관, 93%), ‘리에중 서비스 마케팅’(56개관, 93%), 기타(41개관, 68%) 순이다.

4) 리에중 서비스의 대상 이용자층은 ‘강의/연구 교수’(60개관, 98%), ‘기타 교수층(계약제, 비정년 트랙, 강사 등)’(57개관, 93%), ‘강의 조교’(52개관, 85%), ‘대학원생’(50개관, 82%), ‘행정직원’(47개관, 77%), ‘학부생’(44개관, 72%), ‘기타’(10개관, 16%) 등이다.

5) 리에중 업무 배치 관련

- 리에중 업무 담당자 범위는 ‘일부 해당 사서’(56개관, 92%), ‘기타 전문직’(13개관, 21%), ‘보조 직원’(12개관, 20%), ‘기타’(4개관, 7%), ‘대부분의 사서’(3개관, 5%), ‘전체 사서’(2개관, 3%) 순이다.
- ‘사서 대부분이 리에중 업무를 담당할 경우의 선발 기준’에 대해 응답 기관 3개관은 ‘관심도, 주제 배경 지식, 강의 능력, 업무 능력, 대 이용자 서비스 적성’, ‘수서·정리, 행정 및 기타 업무 담당(정부 문서, e-Learning, Web) 사서를 제외한 나머지 사서’, ‘적절한 주제 전문성을 겸비한 대부분의 사서’로 응답하고 있다.

- ‘일부 직원이 리에중 업무를 담당할 경우의 선발 기준’에 대한 답변으로는 ‘장서개발 담당 직원은 모두 리에중 사서임’, ‘본관 및 분관 소속의 참고봉사, 이용교육, 장서개발 담당 직원은 모두 리에중 사서임’, ‘이용자 서비스 부서 전 직원’ 등이 있다.

6) 학과별 리에중 업무 배정

- 리에중 서비스 담당자의 학과 연계 리에중 활동이 주 업무인지 혹은 부수적인 업무인지에 대한 질문에 대해 응답 결과는 다음과 같이 나타났다. (\* 응답기관 수=60)

구분	응답 기관 수	주 업무(Primary)	부수적인 업무(Secondary)
전체 사서	2	1	1
대부분의 사서	3	2	1
일부 사서	55	45	10
기타 전문직	11	4	7
보조 직원	8	-	8
기타 직원	2	1	1

- 리에중 사서의 담당 학과 결정에 대해서는, ‘리에중 사서의 주제 전문성 반영’(58개관, 95%), ‘리에중 사서의 직위 반영’(42개관, 69%), ‘리에중 사서 본인에 의한 학과 선택’(16개관, 26%), ‘교수 수 대비 리에중 사서 수 비율에 의한 균등 배분’(16개관, 26%), ‘리에중 사서의 신청 지원 방식’(6개관, 10%), ‘기타’(17개관, 28%)로 응답하고 있다.
- 리에중 사서 1인 당 담당 학과수는, ‘1개 이상의 학과 담당 및 1개 학과 전담사서 혼재’(47개관, 78%), ‘모든 리에중 사서는 1개 이상의 학과 담당’(13개관, 22%)의 분포로 나타났다.
- 리에중 사서 1인 당 최소 담당 학과 수는 1~3개(52개관 응답)이고, 최대 담당 학과 수는 2~31개(47개관 응답)이다.

7) 리에중 서비스

- 리에중 사서가 담당 학과에 제공하는 서비스는, ‘학과별 서비스(도서관 신규 서비스 소개 및 자료 안내 등)’(61개관, 100%), ‘학과별 요구 수렴’(61개관, 100%), ‘참고봉사’(60개관, 98%), ‘장서개발’(60개관, 98%), ‘교수 교과 강의지원’(59개관, 97%), ‘전통적인 도서관 이용교육’(58개관, 95%), ‘학술 커뮤니케이션 교육’(53개관, 87%), ‘웹 기반 이용교육 모듈 개발’(52개관, 85%), ‘기타’(19개관, 31%) 등이다.
- 리에중 사서의 제공 서비스에 대한 홍보는 ‘E-mail 발송’(59개관, 97%), ‘학과 미팅 참석’(58개관, 95%), ‘교수 개인별 접촉’(58개관, 95%), ‘신임 교수 오리엔테이션’(58개관, 95%), ‘도서관 홈페이지를 통한 홍보’(55개관, 90%), ‘홍보물(flyer, 브로슈어 등) 학과 발송’(45개관, 74%), ‘특별 행사 개최’(42개관, 69%), ‘도서관 소식지’(38개관, 62%), ‘메일링 리스트’(37개관, 61%), ‘블로그’(34개관, 56%), ‘도서관 내 홍보물(flyer,

브로슈어 등) 비치'(33개관, 54%), '학내 신문을 통한 홍보 기사 게재'(26개관, 43%), '기타'(18개관, 30%) 방식으로 이루어지고 있다.

8) 신규 리에종 사서 교육 · 훈련

- 신규 리에종 사서에 대한 직무 관련 교육이 '있다'고 응답한 기관은 55개관(93%)이고, 나머지 4개관(7%)은 '없다'고 응답하였다.

9) 리에종 서비스 관리 감독

- 리에종 서비스에 대한 관리는, '각 리에종 사서에 의한 자체 관리'(28개관, 46%), '리에종 코디네이터 혹은 관리자에 의한 집중 관리'(8개관, 13%), '리에종 운영위원회에 의한 집중 관리'(5개관, 8%), '도서관 행정 부서에 의한 집중 관리'(3개관, 5%), '기타'(17개관, 29%)로 나타났다.

10) 리에종 서비스 평가

- 리에종 서비스 성과의 공식적인 평가 여부에 대해서는, '평가하고 있다'(30개관, 49%), '평가하고 있지 않다'(31개관, 51%)이며, 이어 평가 방법으로는 '이용교육 개최 횟수'(26개관, 72%), '참고봉사/연구지원 상담 횟수'(24개관, 67%), '이용자 대상 설문 조사'(16개관, 44%), '학과 면담자수'(11개관, 31%), '리에종 사서의 학과 미팅 참석 횟수'(7개관, 19%), '포커스 그룹을 통한 조사'(7개관, 19%), '기타'(15개관, 42%) 등이다.

이상과 같은 ARL 회원기관들의 응답 결과와 더불어, 현재의 리에종 서비스 운영 상 고충 또는 당면 과제로서 회원기관들은, 1) 교수와의 접촉 및 관계 형성(리에종 서비스에 별다른 관심이 없고, 시간의 압박을 받으며, 접촉 시도에 무반응인 교수), 2) 리에종 사서의 시간 제약(담당 학과 수 과다, 전문 분야 외 학과 담당, 각 학과별 신기술, 신개념, 기타 학문 변화에 대한 적응 등), 3) 커뮤니케이션(접촉 대상 교수에 대한 효과적인 메시지 전달 및 마케팅 방법) 등을 지적하고 있다.

## 2.4 국내 현황

국내 대학도서관의 주제화 발전 단계와 관련, 본격적인 주제화 적용 사례로서 1995년을 기점으로 한 도서관 자료의 주제별 구분 및 전담 인력 배치 등이 거론되고 있기도 하다.<sup>38)</sup> 그러나 대학도서관의 주제화라는 관점에서 도서관 장서를 주제별로 구분하여 주제관(또는 주제 자료실)을 운영하고 있는 대학도서관 수가 2009년 현재 총 74개관에 이르고 있음<sup>39)</sup>에도 불구하고, 정작 도서관의 주제전문서비스 실시 여부를 조사한 최근의 한 연구에

38) 정재영. 대학도서관: 이슈와 과제. 서울, 한국대학도서관연합회, 2009. pp. 61-66.

39) 이규옥 등, "주제전문사서 채용의 문제점 및 개선방안에 관한 연구," 사대도협 연구보고서, 제9호(2009), p. 24.

따르면 응답 도서관 총 77개관 중 주제전문서비스를 운영 중이라고 대답한 도서관은 10개관에 불과한 것으로 나타나고 있다.<sup>40)</sup>

결국 이러한 조사 결과는 주제사서의 충분한 확보가 이루어지지 않은 가운데 주제관(또는 주제 자료실) 운영에 의한 주제 전문화는 자료의 구분만을 위한 형식적인 주제 구조에 머물고 있음을 시사하고 있다. 아울러 도서관 현장의 사서들 또한 어느 정도의 서비스 수준을 주제전문서비스로 보아야 하는지에 대한 기준이 부재함을 짐작케 한다. 따라서 이 같은 대학도서관 주제화의 한계를 벗어나 최근 대학도서관계에서 급부상하고 있는 주제전문서비스 부서 신설 및 주제 전담인력의 집중 배치 형태는 국내 주제 전문화의 한 획을 긋는 새로운 발전 단계로서 이해해야 할 것으로 사료된다.

국내에서 주제전문서비스 도입 연혁을 살펴보면, 대학도서관으로서는 최초로 성균관대가 2005년에 도서관 조직 개편을 거치면서 주제담당사서에 의한 서비스를 개시하였다. 이어 2007년에는 서울대와 연세대, 그리고 순천대 등이 각각 주제전문서비스 도입을 표방하고 나섰다. 이러한 추세는 지속적으로 이어져 2008년에는 영남대와 경상대 등이 동종의 서비스를 개시하였고, 최근 들어 2009년에는 전남대와 부산대 등에서 ‘학과전문사서’ 또는 ‘학과전담사서’라는 명칭으로 각각 서비스를 시행하기에 이르렀다. 이 밖에도 한양대, 계명대, 숭실대 등에서도 주제별 서비스를 시행하고 있는 것으로 나타나고 있다.

한편으로 서울대, 연세대, 성균관대 등 주제전문서비스의 선발 주자격인 이들 3개 주요 대학의 서비스 도입 배경과 관련하여 흥미로운 점은 우선 3개 대학 모두 주제전문서비스 도입이 종합적인 도서관 진단 결과로부터 제시되었다는 것이다. 그 밖의 주요 요인으로서 3개 대학이 공통적으로 들고 있는 것은 대학의 경쟁력 강화를 위한 도서관의 역할 모색과 함께 도서관의 위상 강화 필요성, 이용자 중심 서비스 구현, 도서관 직원의 전문성 강화 등으로 집약될 수 있다.

여기에서는 주제전문서비스의 선발 주자격인 서울대, 연세대, 성균관대 등 주요 3개 대학의 운영 사례를 간략하게 비교, 조명해봄으로써 국내 대학도서관의 주제전문서비스 현황을 개관하기로 한다. 단 서울대의 운영 사례는 뒤에서 보다 집중적으로 다룰 것이다.

성균관대는 2005년 8월부터 12명의 주제담당사서를 전담 배치하여 서비스를 개시하였다. 주제 분야는 학부 체제와 교수 인원수를 고려하여 분담하였으며, 각 담당사서별 주제 분야는 유학·동양학부/예술학부, 어문/인문, 사회과학, 경제/경영, 법학, 생활과학/사범대학, 약학/생명공학/스포츠과학부, 정보통신공학부, 공과대학, 자연과학부와 같이 대학 단위 또는 광범위한 인접 주제 단위로 묶여져 있다. 서비스의 주 대상자는 교수, 대학원생, 학부생 등




40) 노동조 등. 주제전문사서 인력수급 전망 및 제도화 방안 연구. 서울, 국립중앙도서관, 2008. p. 73.



으로 타 대학에 비해 다양한 이용자층을 상대로 하고 있다.

연세대는 2007년 9월부터 시범서비스로서 주제전문서비스를 개시하였다. 특히, 연세대 사례의 가장 큰 특징은 각 주제 분야의 전공 지식을 갖춘 전문사서를 신규 채용하여, 이와 동등한 자격을 구비한 기존 인력과 함께 서비스 전담 체제를 갖추었다는 점이다. 시행 초기로부터 이후 몇 차례의 신규 채용 과정을 거치면서 현재는 업무 총괄자 1명 외에 총 12명의 전문사서가 각 주제 분야를 담당하고 있다. 담당 주제는 영문학/문헌정보학, 한국학, 정치학, 국제학, 법학, 경영학, 중국학, 물리학/천문우주학, 생물학/생화학, 생명공학/화학공학, 건축공학, 전기전자공학/기계공학 분야로서, 주제 분담이 여타 대학에 비해 상대적으로 작은 소주제 단위로 이루어지고 있다.

한편 주요 3개 대학의 주제전문서비스 업무 영역별 비중을 나타낸 것이 [그림 1]로서 각 대학별 담당 업무 영역의 차이와 함께 각 업무 영역별 비중이 다소 상이한 양상을 보이고 있음을 알 수 있다. 여기에서 특히 각 대학별 업무 비중을 보면 연세대의 경우 타 대학에 비해 신간도서 선정 비율이 매우 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 반면 서울대와 성균관대는 타 업무 대비 연구지원 혹은 참고서비스가 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 또한 교수 개개인에 대한 방문·면담 또는 홍보·마케팅이 정규 업무로서 일정 비율을 차지하는 등 양교 모두 교수진과의 긴밀한 관계 형성에 주력하고 있음을 시사하고 있다.

 서울대학교	교수방문/ 홍보 마케팅 (20%)		장서 개발 (5%)	이용 교육 (35%)		연구지원 / 참고 서비스 (40%)	
 성균관대학교	홍보 / 마케팅 (10.7%)	자료 선정 (15%)	코디네이션 (20%)	이용 교육 (20.7%)	참고 서비스 (33.6%)		
 연세대학교						신간도서 선정 (40%)	

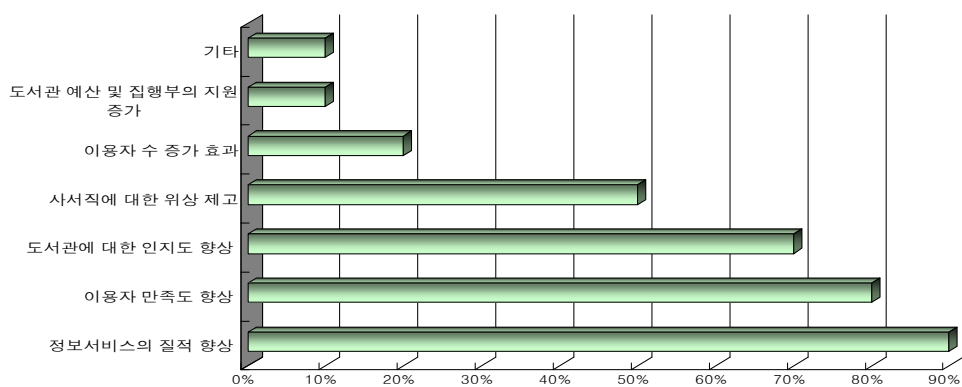
[그림 1] 주요 대학 주제전문서비스 업무 영역별 비중

전술한 주요 3개 대학 사례와는 별도로 국내 전 도서관 종을 대상으로 주제전문서비스 운영 현황을 조사한 연구 결과에 따르면, 주제전문서비스 시행 도서관들에 있어 서비스 전담 인력으로는 평균 6~10명이 가장 많고, 뒤이어 근소한 차로 11~15명, 5명 이하, 16명 이

상의 순으로 나타나고 있다.<sup>41)</sup>

그리고 주제전문서비스의 성과로서는 가장 많은 도서관이 정보서비스의 질적 향상을 들고 있으며 그 밖에 이용자 만족도 향상, 도서관에 대한 인지도 향상, 사서직에 대한 위상 제고 등이 그 뒤를 잇고 있다.<sup>42)</sup>

반면 대학도서관들에 있어서 주제전문서비스를 처음 도입할 때의 애로 사항으로서는 1) 주제전문사서 신규 채용에 따른 최고경영진 설득 2) 유관 부서와의 업무분장 협의 3) 주제전문 지식의 취약성 4) 동료 사서들에 대한 설득과 이해 도출 등이 지적되고 있다. 아울러 각 대학도서관에서 경험한 서비스 운영상의 고충은 1) 교수 방문에 따른 심리적 부담감 2) 타 부서로부터의 업무 협조 3) 서비스 대상의 다양성 4) 관리자층의 조급한 성과주의 등인 것으로 나타났다.<sup>43)</sup>



【그림 2】 주제전문서비스 채택 후 개선 효과

### 3. 서울대 학과전담서비스

#### 3.1 도입 및 추진 경과

서울대 중앙도서관의 학과전담서비스 도입은 2006년 8월 당시 부임한 신임 관장(박명진 언론정보학과 교수)의 주제전문사서 육성을 향한 강력한 의지 표명으로부터 비롯되었다고 할 수 있다. 즉 과거 해외 대학도서관의 수준 높은 주제전문서비스를 받아본 경험으로부터 우리 도서관 사서들의 전문성 향상 및 도서관의 위상 강화를 위한 전략으로서도 주제전문

41) 노동조 등, 전개논문, p. 73.

42) 노동조 등, 전개논문, p. 76.

43) 노동조 등, 전개논문, pp. 193-194.

서비스 도입이 반드시 필요함을 역설하였고, 이 같은 도서관 최고경영자의 강력한 의지 및 추진력은 현행 학과전담서비스 존립의 단초가 되었다고 하겠다.

그리고 뒤이어 2006년 11월부터 2007년 1월 중순까지 진행된 외부 컨설팅에 의한 도서관 경영진단은 우리 도서관 전체 조직에 대한 심층적이고도 종합적인 진단 결과를 제시하였고, 동시에 향후 발전 방향으로서 제시한 몇 가지의 역점 추진 사업 가운데 학과전담서비스 운영 초안이 ‘학과전담 코디네이터(안)’으로서 제안되었다. 이와 함께 2006년 12월 대학 본부에 제출한 ‘서울대학교 중앙도서관 4개년 발전계획(Vision 2010)’과 관련, 도서관의 3개 핵심 부문 추진 전략의 하나로서 ‘이용자 중심의 도서관 서비스 구현’ 계획이 수립되었고, 이를 위한 구체적인 실행 계획안으로서 ‘학과전담사서의 찾아가는 서비스’가 수립되었다.

이와 같은 경과를 거쳐 2007년 2월 6일 서울대 도서관은 조직 개편을 단행함으로써 학과전담 연구지원실 및 기획홍보실의 신설과 함께 큰 규모의 인사이동이 이루어졌다. 그리하여 신생 부서로서 출범한 학과전담 연구지원실에는 11명의 전담사서가 배치되어 서비스가동을 위한 준비 작업에 착수하였다. 그리고 준비 작업과 병행하여 2007년 2월부터 10월까지 본격적인 서비스 개시에 앞선 시범서비스를 학내 5개 주요 단과대학 즉, 인문대, 사회대, 자연대, 공대, 사범대를 대상으로 한시적으로 시행하였다. 이러한 시범서비스 결과는 곧바로 본격적인 정식 서비스 개시로 이어져 2007년 11월을 기해 관악캠퍼스 내 전 대학으로 서비스 대상이 전면 확대되기에 이르렀다.

### 3.1.1 서비스 비전 및 목표

학과전담서비스가 추구하는 비전은 Vision 2010, 즉 중앙도서관 4개년 발전계획에서도 선언하고 있듯이 ‘세계 수준의 대학도서관 구현’으로서, 이 같은 비전 달성을 위한 목표는 ‘도서관의 위상 강화’로 삼았다. 그리고 목표에 도달하기 위한 대내적인 세부 추진 전략은 ‘주제전문사서 육성에 의한 직원의 전문성 향상’ 및 ‘이용자 중심의 도서관 서비스 고도화’를 채택하였고, 서비스의 대외적인 추진 전략으로서는 1) ‘찾아가는 서비스를 통한 학과별 서비스 수요 충족’, 2) ‘도서관에 대한 교수진의 신뢰 회복 도모’, 3) ‘학내 호의적 이용자 그룹 확대’, 4) ‘범인화 대비 학내외 재정적 지원 그룹 창출’로 삼았다.

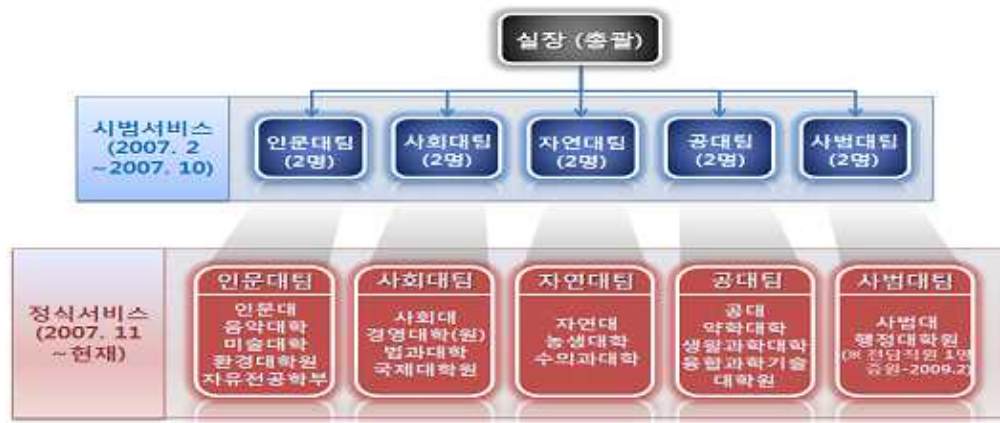
한편, 학과전담서비스를 향후 명실상부한 주제전문서비스로서 정착시키기 위한 3단계의 단계별 발전 목표를 수립하였다. 이는 곧 서비스 도입 원년인 2007년도 1단계의 발전 목표는 ‘교수진의 신뢰 회복’으로서, 이를 기반으로 하여 2008~2009년도의 2단계에서는 ‘역량의 확보’를 도모하고자 하였다. 그리고 2010년 이후 3단계부터는 본격적인 주제전문서비스 정착을 목표로 삼았다.

### 3.1.2 조직 구성

학과전담 연구지원실의 신설로부터 3년째에 접어드는 현재에 이르기까지 그간의 조직 구성에는 몇 차례의 변화가 있었다. 인력 구성상의 변화로는 신설 당시 11명의 전담인력으로 시작하여 2009년 2월을 기해 전담 직원 1명이 증원됨으로써 총 12명의 인력 구성으로 현재에 이르고 있다. 또한 이와 함께 초기 시범 서비스로부터 정식 서비스 정착에 따른 담당 대학의 범위 확대 등이 동반되었다.

이하 조직도에서 보듯이 서비스 초기의 시범 서비스 당시에는 10명의 학과전담사서가 2명씩 팀을 이루어 각 1개 대학씩 총 5개 주요 단과대학을 담당하는 체제였으나, 2007년 11월부터 정식 서비스로서 담당 대학을 관악 캠퍼스 내 전 대학으로 확대함으로써 전담사서 팀의 담당 대학 또한 복수 대학 담당 체제로 전환되었다.

이어 2009년 3월 대학 내 자유전공학부와 융합과학기술대학원이 신설됨으로써 이들 분야는 각각 인문대 팀과 공과대 팀의 담당 대학으로 통합되었다.



[그림 3] 학과전담 조직 구성 (2007. 2. ~ 2009. 8.)

학과전담사서의 조직 운영 체제와 관련, 부서 신설로부터 2명이 한 팀을 이루어 일정 대학을 전담하는, 이른바 2인 1조 체제를 유지했던 것은 다음과 같은 기대 효과 때문이었다. 즉, 서비스 초기 신입 직원에 대한 경력 직원의 멘토링이 가능하다는 점과 함께, 2명이 업무를 커버함으로 인해 부득이한 업무 공백을 최소화할 수 있으며, 직원 1인당 전담 방식에 비해 2명의 전담 팀 체제가 담당 대학 간 서비스 질의 균일화를 추구할 수 있다는 점 등이 장점으로 작용한 때문이었다.

한편 이러한 담당 체제는 2009년 9월을 기해 다시 주요한 변화를 맞이하게 되었는데, 종래 2명이 1팀이 되어 일정 대학을 담당하는 방식으로부터 직원 11인이 각자 특정 학문 주제를 담당하는 형태로 전환되었다. 이러한 변화의 배경으로는 종래 몇 개의 단과대학을 2명이 공동으로 담당함으로 인해 전담 주제가 지나치게 광범위해지는 취약점으로부터 직원 1인당 유사 주제를 통합하여 담당함으로써 특정 주제 집중화를 통해 주제 전문성을 강화

하고자 하는 의도가 반영된 것이다.



[그림 4] 학과전담 조직 구성 (2009. 9. ~ 현재)

한편 학과전담서비스 전담 인력 선발과 관련하여 부서 출범 당시의 학과전담사서 인력 구성 현황은 다음과 같다.

[표 1] 학과전담사서 인력 구성 현황

구 분	내 역	인 원	구 분	전 공	내 역	인 원
학 력	대졸	6명 (55%)	전공 (복수 전공 포함)	문헌정보학	학부	8명
	대학원 (재학/수료/졸업)	5명 (45%)			대학원	2명
						기타
근무 경력	1 ~ 3년	3명 (27%)	학부 타 전공 (복수 전공 포함)	영어영문학	1명	총 5명
	3 ~ 5년	1명 (9%)		독어독문학	1명	
	5 ~ 10년	3명 (27%)		중어중문학	2명	
	10년 ~	4명 (37%)		행정학	1명	
과거 수행 업무 (복수 업무 해당)						
수서·정리	정보 서비스	열람·대출	전산		기타(행정, 학내 타 기관 근무 등)	
8명 (35%)	4명 (17%)	5명 (22%)	4명 (17%)		2명 (9%)	

## 3.2 서비스 현황

### 3.2.1 서비스 대상(Target audience)

학과전담서비스를 개시함에 있어 우선 서비스의 주 대상으로는 교수 및 대학원생을 설정하였다. 특히 교수진을 표적 고객(Target audience)으로 삼은 것은 그들이 도서관의 운영에 가장 영향력 있는 구성원으로서 또한 졸업과 함께 대학을 떠나가는 학생층에 비해 오랜 기간 고객으로 남을 수 있는 대상이라는 점에 착안하였다. 아울러 도서관에 대해 호의적인 교수는 동료 교수나 학생들에게 긍정적 입소문 효과를 내어 그만큼 도서관에 대한 지지 그룹이 확대될 것이라는 판단에서였다. 그리하여, 교수진에 대해서는 이른바 ‘리에종 서비스(Liaison service)’로서 교수 연구실을 직접 방문하여 서비스 요구를 수렴하고 맞춤형 서비스를 제공하는 전략을 수립하였다. 한편 또 다른 고객층인 대학원생에 대해서는 연구지원서비스와 이용자 교육을 위주로 한 서비스 전략을 수립하였다.

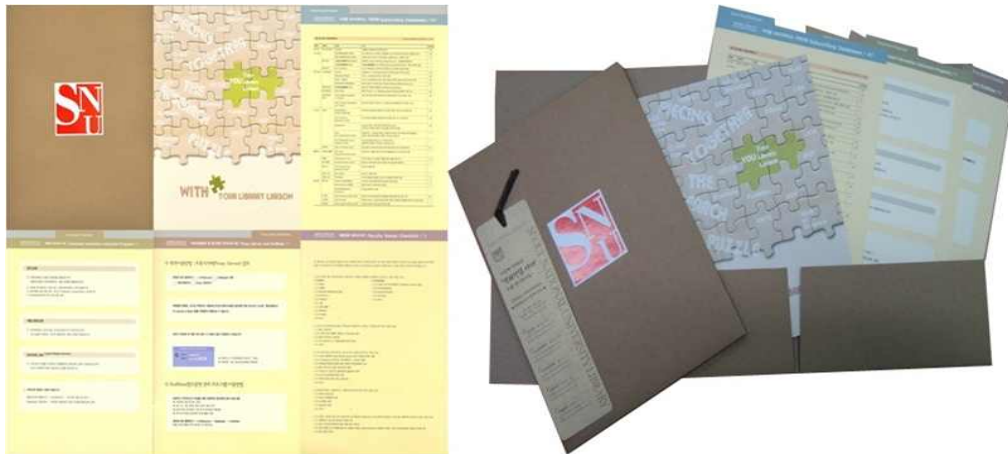
### 3.2.2 서비스 준비 경과

2007년 2월 학과전담 부서 신설 이래로 학과전담서비스의 본격 가동을 위한 준비 작업은 다양한 측면에서 진행되었다. 준비 작업으로서 추진했던 주요 내용으로는 크게 1) 타 대학 서비스 벤치마킹, 2) 학과전담사서를 위한 자체 교육, 3) 서비스 홍보자료 및 교수 방문 기념품 제작 등이 있다.

타 대학 벤치마킹으로는 우선 첫 번째로 성균관대의 서비스 사례를 벤치마킹 대상으로 정하고 학과전담사서 전원이 직접 성균관대 도서관을 방문하여 주제담당서비스 운영 사례에 대한 견학 기회를 가졌다. 그리고 이러한 타 기관 서비스에 대한 벤치마킹은 이후로도 지속되어 연세대 등의 대학도서관 사례는 물론 전문도서관으로서 Boston Consulting Group, 삼성경제연구소, 국방과학연구소 등을 직접 방문하여 각 기관의 주제전문서비스 운영 현황을 벤치마킹하였다.

다른 한편으로는 학과전담사서를 위한 자체 교육을 집중적으로 실시하였다. 이는 곧 학과전담사서 11명의 업무 경험이 매우 상이할뿐더러, 근무 경력 1~3년 차의 신입 직원이 많아 서비스 운영에 필요한 최소한도의 기본 업무 소양부터 다지고자 하는 취지로부터 시작되었다. 교육 내용은 우선적으로 학술 데이터베이스에 대한 집중 교육에 중점을 두었다. 이 같은 교육은 학과전담사서가 수행해야 할 연구지원서비스 및 데이터베이스 이용교육에 대한 대비를 위해서도 필연적으로 요구되는 것으로서, 데이터베이스 제공업체로부터 전문 강사를 초청하여 7일 연속 강좌 형식으로 교육을 진행하였다.

그리고 서비스 준비 과정에서 빼놓을 수 없는 것으로 학과전담서비스 홍보자료 및 교수 연구실 방문을 위한 기념품 제작을 들 수 있다. 특히 홍보자료 제작과 관련해서는 수록 콘텐츠에 대한 구상에서부터 홍보 문안, 홍보자료의 디자인적 측면에 대한 고려, 그리고 방문 기념품의 선정에 이르기까지 실로 검토하고 점검해야 할 부분이 많았던 만큼 직원들의 참신한 아이디어는 물론 제작 완료까지 예상 외로 많은 시간과 노력이 요구되는 작업 과정이었다.



[그림 5] 교수 방문용 홍보자료

### 3.2.3 수행 업무 구성

학과전담사서의 업무 분장이 확정되기까지는 부서 신설 이전 학과전담서비스 추진 TF 팀에서 벤치마킹한 국내 및 해외 사례들이 많은 참조가 되었다. 그리고 이 같은 업무 구성은 부서 신설 이전부터 존속되어 온 업무와 부서 신설과 함께 확정된 신규 추가 업무로서 구분해 볼 수 있다. 즉 아래 표에서 보듯이 교수 방문·면담과 같은 리에종 업무 및 장서개발, Info Desk 운영<sup>44)</sup> 등이 신규 업무로서 추가되었고, 이용교육 중 일부 교육 프로그램이 추가 신설되었다.

44) Info Desk는 ‘이용자 중심 서비스 구현’의 일환으로서, 찾아오는 이용자의 즉답형 질의에 대한 One-stop 서비스 제공 목적으로 2007년 3월, 중앙도서관 4층 중앙 홀에 설치되었으며, 이용자 서비스 부서의 담당 사서들이 윤번제로 담당하는 방식으로 운영하였다. 이후 Info Desk는 서비스 운영에 따른 인력 부담 등 제반 부담 요인의 가중으로 인해 2009년 6월 중순, 중앙 홀의 부스를 폐지하고, 서비스 기능은 중앙대출실로 통합되어 운영 중에 있다.

[표 2] 학과전담사서 담당 업무 내역 (2007. 2. 기준)

업무 영역	세부 업무 내용	기존 업무	신규 업무
교수 리에종	- 교수 방문·면담 - 제반 서비스 요구사항 수렴 및 맞춤형 서비스 제공		○
연구지원서비스	- 선행연구조사 및 관련 자료 조사 - 학술정보 검색 상담 - SCI 피인용 횟수 등 조사 제공	○	
이용교육	- 주제별 DB 이용교육, EndNote 이용교육, 교수 강의지원, 신입생 오리엔테이션, 외국인 이용자 교육	○	○ (* 일부 신규 업무 추가)
장서개발	- 교수 구입 희망도서 신청 대행 - 교수 구독 희망 학술지·DB 수합 및 담당 부서 전달, 처리 결과 통보 - 학과별 구독 학술지 목록 작성·제공 - 신간 출판정보 제공		○
참고질의서비스	- 도서관 소장 자료 및 서비스 관련 참고질의 응답 서비스	○	
Info Desk 운영	- Info Desk 운영 관리 총괄		○

이하에서는 학과전담서비스의 각 업무 분야별로 서비스 개시로부터 오늘에 이르기까지 그간의 추진 경과 및 주요 서비스 성과에 대해 상세히 기술하기로 한다.

### 3.2.3.1 교수 리에종(Liaison)

교수 리에종은 학과전담사서가 도서관과 교수진 사이의 연락 창구 역할을 수행하는 것으로, 이는 중앙도서관 4개년 발전계획을 통해 이용자 중심의 도서관 서비스 구현을 위한 ‘학과전담사서의 찾아가는 서비스’로서 표출되고 있다.

교수 리에종은 이를테면 교수진에 대한 일종의 ‘Outreach service’로서, 즉 교수진의 요구에 앞서 도서관이 먼저 교수진에게 다가가 그들의 제반 서비스 요구를 수렴하고 이를 즉각적으로 해결해 주는 고객 맞춤형의 One-stop 서비스라 할 수 있다. 그리고 이와 같은 교수 밀착형 서비스가 지향하는 목표점은 교수진과의 긴밀한 협력 관계를 구축함으로써 도서관에 대한 지지 그룹을 형성하고, 아울러 도서관의 이미지를 쇄신하고자 하는 것으로 집약될 수 있다.

교수 리에종을 위한 연구실 방문 및 면담은 전례 없는 신규 서비스이기도 하거니와, 이용자로서의 교수진을 직접 방문하고 면담한다는 것이 학과전담사서에게는 심리



적 부담감이 큰 업무라고 할 수 있다. 이와 같은 배경 하에서 서비스 도입 초기, 교수진에 대한 방문·면담은 다음과 같은 절차로 진행하였다.

- ① 교수 방문을 위한 기초자료 수집 목적으로 교수 그룹의 대출 건수, 도서 구입 신청 건수, ILL 신청 건수, 연구지원 신청 건수 등의 통계 데이터를 추출하였다.
- ② 최종적인 방문 대상 교수 선정을 위해 수합된 교수진의 도서관 이용 관련 통계 데이터를 기반으로 몇 가지 선정 기준(소속 학과에서 영향력 있는 교수, 소속 학과 자료실 담당 교수, 신입 교수)을 설정하여 방문 대상 교수를 선정하였다. 방문 교수 수는 시범서비스 당시의 5개 단과대학 총 교수 수의 약 10%에 해당하는 95명을 1차 목표치로 설정하였다.
- ③ 선정된 방문 대상 교수에 대한 프로파일을 작성하였다. 프로파일 작성을 위한 데이터 수집은 한국학술진흥재단(현 한국연구재단)의 ‘통합연구인력정보’ 데이터베이스 검색과 함께 교수 개인 홈페이지를 참고하였다. 프로파일 수록 항목으로는 인적 사항, 최종 학위 취득사항, 전공 분야, 연구 분야, 논문 발표 실적, 저·역서 실적 등을 포함하였다.
- ④ 방문 대상 교수진에게 각 단과대 담당자가 E-mail을 발송하여 학과전담서비스에 대한 안내와 함께 교수 연구실 방문 가능성 여부를 타진하였다.
- ⑤ 학과전담사서의 방문 타진 E-mail에 대해 동의한 교수진에 대해서는 방문 일시를 확정하여 교수 연구실을 방문, 면담을 수행하였다. 반면, 방문 타진 E-mail에 대해 무응답인 교수진에게는 후속 전화 통화를 통해 학과전담서비스 안내와 함께 방문 가능성을 재차 타진한 후, 이에 동의를 표시한 교수진과는 방문 일정을 확정하는 등의 절차를 밟았다.
- ⑥ 교수 방문은 단과대별 담당자 2명이 연구실을 방문, 면담하는 형식으로 진행하였으며, 면담 시 직원 간의 역할 분담으로는 1명은 도서관과 관련한 교수의 제반 의견 청취 및 질문을 담당하고, 동석한 다른 1명은 면담 내용을 기록하는 역할을 맡았다.  
면담 시간은 대략 30분 내외가 되도록 유의하였으며, 면담을 끝낸 후에는 사전에 제작한 교수진의 ‘정보이용행태 조사’ 설문지를 배포하여 설문지 응답을 유도함으로써, 향후 교수 개인별 맞춤형 서비스 제공을 위한 기초자료 수집을 도모하였다.
- ⑦ 교수 방문·면담 후에는 교수진으로부터 수합한 도서관에 대한 제반 요구, 또는 서비스 불만 사항과 함께, 관심 서비스 분야, 담당 사서의 향후 서비스 계획 등을 기록한 ‘교수 면담일지’를 작성하여 최고 결재권자까지의 결재 절차를 밟았다.

이상과 같은 일련의 업무 절차를 거쳐 진행된 교수 방문·면담은, 후속 업무로서

면담 시 수합한 교수진의 요구사항 처리로 이어졌다. 교수 요구사항은 자료 구입 요구로부터 선행연구조사 또는 상호대차 신청 등과 같이 도서관의 전 업무 영역에 걸쳐 있는 만큼 타 부서의 업무 협조가 필요한 사항은 해당 부서에 이첩하여 처리하도록 하였다. 다만 타 부서에 이첩한 업무라도 해당 교수에게 진행 경과에 대한 보고가 필요한 사안은 수시로 업무진행 상황을 follow-up하여 통지하는 등의 세심한 노력을 기울였다. 그리고 교수 불만 또는 서비스 개선 요구사항에 대해서는 매주 개최되는 도서관 간부회의의 안건으로 상정함으로써 간부진의 활발한 논의에 의한 보다 적극적인 해결 방안 모색을 도모하였다.

한편 교수 방문 후 수합한 '정보이용행태 조사' 설문지는 응답 데이터를 분석, 종합하여 교수진에 대한 맞춤형 서비스 제공을 위한 보고서로서 정리하였다. 다만, '정보이용행태 조사' 설문지는 한시적으로 기간을 제한하여 배포한 것으로서, 설문 결과에 대한 보고서 작성으로 설문지 배포는 종료하였다.

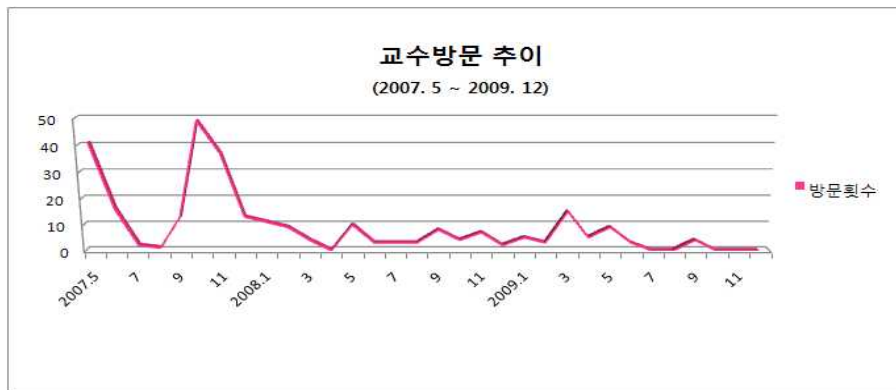
이하 교수 방문·면담 실적 및 개인별 맞춤형 서비스 제공 등 교수 리에종의 주요 성과를 종합하면 다음과 같다.

#### 1) 교수 방문·면담

학과전담서비스 초기부터 목표치를 설정하고 추진한 교수 방문·면담은 서비스 원년인 2007년 1년 간 총 180여 건에 달하는 실로 괄목할 만한 실적을 나타내었다. 그리고 이 같이 활발한 교수 방문 및 면담 활동은 곧바로 연구지원서비스 및 이용자 교육에 대한 수요 상승으로 이어지는 한편, 기타 제반 도서관 서비스 수요 창출로 이어졌다고 하겠다.

그러나 이 같은 교수 방문·면담도 점차 학과전담서비스 수요의 급격한 증가 추세를 보이는 2008년도부터는 종래의 교수 방문 실적 위주의 업무 추진에 대한 수정, 완화가 불가피하게 됨에 따라, 이후 교수 방문 추이는 아래 그래프에서도 나타나듯이 월 평균 10건 이하의 수준을 보이고 있다. 아울러 교수 방문·면담 실적의 시기별 추이는 대학의 학사 일정과도 밀접한 연관성을 가지는 것으로서 특히 방학 기간 중에는 교수 면담이 거의 이루어지지 못하고 있음을 알 수 있다.

이상과 같은 제반 상황에도 불구하고 교수 방문을 개시한 2007년 5월 17일부터 2009년 12월 31일까지의 교수 방문 총 누적 건수는 306건으로, 이는 서비스 대상 총 교수 수의 약 21%에 해당한다.



[그림 6] 교수 방문·면담 추이 (2007. 5. ~ 2009. 12.)

## 2) 도서관 서비스 개선 사례

학과전담사서에 의한 교수진의 서비스 불만사항 수렴과 도서관 간부회의를 통한 해결 방안 모색은 결과적으로 도서관 서비스 상당 부분의 개선 효과를 가져왔다. 그 주요한 성과로서는 다음과 같은 것이 있다.

- IEEExplore 데이터베이스의 동시 이용자수 확대
- 독일 원문복사서비스 기관 확대로서 Subito 회원기관 가입
- 도서관 소장 학술지 원문 E-mail 서비스 이용 장애 개선
- 국내 E-book 접속 시 이용자 인증 방식 개선
- 도서관 홈페이지 OPAC 검색 결과의 EndNote 프로그램 반입 에러 개선
- 국내외 상호대차 자료에 대한 택배비 및 해외 우송료 전액 지원

단, 이 같은 서비스 개선은 도서관 내 관계 부서의 적극적인 업무 협조에 힘입은 바 크다는 점 또한 여기에서 언급해두고자 한다.

## 3) 리에종 서비스 제공 사례

교수진과 도서관을 연결하는 일종의 연락 창구 내지 교수 개개인에 대한 맞춤형 서비스로서 기능하는 리에종 서비스의 주요 아이템으로는 ① 연구지원서비스, ② 수업 연계 강의지원교육, ③ 구입 희망도서 신청 대행, ④ 연구 프로젝트 수행을 위한 학술정보 검색 상담, ⑤ 도서 대출 및 Delivery 서비스 등을 들 수 있다.

상기 서비스 아이템이 주로 교수진으로부터의 서비스 요청에 의한 것이라면, 이와는 달리 학과전담사서의 자발적, 능동적인 서비스로서 ① 도서관 신규 서비스 안내 메일 발송,

② 교수 감동 서비스로서의 축하 메일 발송(교수 저서 출판, 우수 강의 교수 선정, 학술상 등 수상 시) 등을 통하여 사후 고객 관리를 도모하였다.

이상에서 살펴본 교수 리에종 서비스의 성과로는 첫째, 도서관에 대한 교수진의 인식 변화를 들 수 있다. 즉 학과전담사서의 교수 연구실 직접 방문 및 면담을 통해 도서관에 대한 홍보 효과를 극대화함으로써 교수진의 과거 도서관 이용 경험에 의한 부정적 이미지를 개선하는 등 인식 변화에 크게 기여하였다.

둘째, 교수진에 의한 서비스 수요의 획기적인 증가를 가져왔다. 특히, 연구지원서비스 및 교수 강의지원교육 신청 등이 그것으로, 이 같은 성과는 도서관의 One-stop 서비스 창구로서 대학별로 전담사서가 배치된 학과전담서비스의 이용 편의성에 기인한 때문으로도 해석된다. 또한 고무적인 현상의 하나로는 서비스 경험자에 의한 재 신청률이 상당히 높다는 점으로, 이는 결국 서비스 질에 대한 교수진의 신뢰감 형성으로 해석할 수 있으며 또한 동시에 고정 고객의 확보율과 연계해서 생각해 볼 수 있을 것이다.

셋째, 서비스 만족 교수의 입소문 (word-of-mouth) 효과를 들 수 있다. 특히 연구지원서비스 및 이용자 교육으로서 교수 개별 교육 또는 교수 강의지원교육에 대한 교수진의 자발적인 홍보 사례는 학내 구성원의 서비스 인지도 향상에 크게 일조한 것으로 평가된다.

### 3.2.3.2 연구지원서비스

연구지원서비스는 주로 선행연구조사 및 관련자료 조사, 원문 입수 방법 안내·제공, 기타 학술정보 검색 상담 등으로 이루어지며, 학내 교수 및 대학원생을 서비스 대상으로 하고 있다.

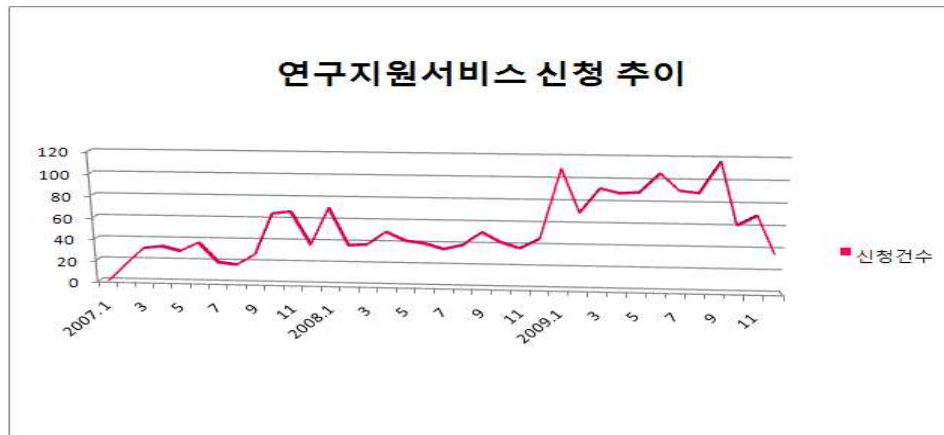
서울대 도서관의 연구지원서비스 운영은 학과전담사서제 시행 이전부터 존립해 왔던 것으로, 서비스 개시 연원은 과거 2003년으로 소급된다.<sup>45)</sup> 그러나 당시의 연구지원서비스는 전담 인력의 규모라거나 이용자로부터의 서비스 수요 측면에서 현재 상황과는 비교가 되지 않을 정도로 미미한 수준에 불과한 것이었다. 이 같은 점에서 현재와 같은 학과전담사서의 대규모 인력 배치 및 대학별 서비스 전담 체제는 기존 연구지원서비스에 대한 대대적인 개혁으로서, 이는 곧 연구지원서비스의 안정적 정착 및 활성화를 겨냥한 것이라 하겠다. 그리고 이러한 획기적 업무 개편은 그대로 연구지원서비스 수요의 비약적 성장으로 나타나고 있다.

아래 그래프는 2007년 2월 학과전담 부서 신설로부터 2009년 12월까지의 서비스 신청 추이를 보여주고 있는 것으로, 2007년 서비스 출범 원년에는 월 평균 신청 건수가 32건 정도였던 것이 2008년에는 월 평균 40건, 그리고 2009년에 이르러서는 월 평균 85건으로 전

45) 연구지원서비스 정착을 목적으로 전담 인력 5명의 ‘연구지원팀’을 운영했으나, 서비스 수요 부진으로 인해 2004년 9월을 기해 부서가 폐지된 바 있다.

년 대비 두 배의 신장률을 나타내고 있다.

결국 아래 그래프를 통해 각 연도별 일부 구간에 따라서는 부서 내 추가 업무 발생 또는 특별 프로젝트 수행 등으로 다소의 등락은 있으나 2007년에서 2008년으로 지속된 서비스 수요가 2009년에는 보다 비약적인 상승 추세로 이어지고 있음을 알 수 있다.



[그림 7] 연구지원서비스 신청 추이 (2007. 2. ~ 2009. 12.)

한편 연구지원서비스의 신청 유형별 현황은 다음과 같이 분포되고 있다. 특정 연구 주제에 대한 선행연구조사 신청이 가장 많은 60% 내외를 차지하고 있으며, 자료 원문에 대한 소장처 조사 및 입수 신청은 30% 이상, 기타 각종 정보검색 상담 등이 그 나머지를 차지하고 있다.

[표 3] 연구지원서비스 신청 유형별 분포 현황

연도 \ 유형	선행연구조사		원문입수방법 안내·제공		기타 정보검색 상담 (EndNote 이용법 등)	
2007	234건	62%	113건	30%	33건	8%
2008	279건	58%	183건	38%	23건	4%
2009	660건	65%	337건	33%	21건	2%

그리고, 선행연구조사의 유형을 보다 구체적으로 분석해보면, 여기에는 논문 작성을 위

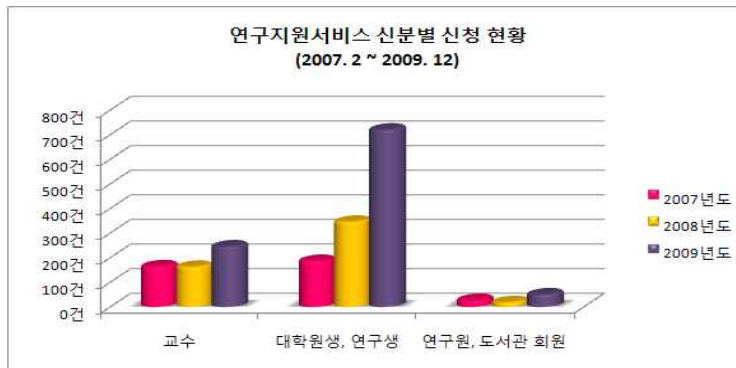
한 선행연구조사 외에도 대규모 연구 프로젝트 수행을 위한 자료 조사를 비롯, 특허 또는 통계자료 조사 요청 등 다양한 유형의 자료 조사가 포함되어 있음을 알 수 있다. 다음은 실제 자료 조사 및 제공 사례로서 몇 가지 대표적인 유형에 대한 예시이다.

- 1) 논문작성을 위한 선행연구조사
  - 입체(3D) 영화 관람의 인문사회학적 의미에 관한 문헌 조사
  - 당나라 소설 및 문화에서 보이는 이국적(exotic) 요소 혹은 문화
  - 국내 유통업체 매장 내 고객 동선과 상품의 배치가 소비자에게 미치는 영향
- 2) 교수 연구 프로젝트 수행을 위한 선행연구 및 관련자료 조사
  - 지식질서 계량화 지표 수립을 위한 연구 프로젝트 관련 자료 조사
  - 가축의 실시간 건강 측정용 생체 주입형 바이오센서 및 무선 모니터링시스템 관련 자료 조사
- 3) 특허, 기술 표준, 시장 동향 관련 자료 조사
  - 스마트 카드(Smart card) 관련 특허 및 기술 표준, 관련 논문 검색
  - 이산화탄소(carbon dioxide, CO<sub>2</sub>)의 활용 기술, 국내외 연구개발, 상업화, 특허 출원, 국가 프로젝트 현황 조사
- 4) 통계자료 조사
  - 2007~08년 우리나라 수출에서 자동차 관련 산업이 차지하는 비중과 금액, 자동차 관련 분야 종사자 수 및 비중 조사
  - 우리나라 사교육비 및 Internet 사교육 시장의 연도별 규모 추이 조사
- 5) 기타
  - 서울시 전차 노선(1899~1968년 11월까지 운행) 자료 조사(\* 관련 자료 조사)
  - 약제(Halothane, Isoflurane, Enflurane, Desflurane)의 발화 온도 조사(\* Fact 정보 조사)
  - ‘정보 다루기’ 강의계획서에 따른 Chapter별 Reading List 제공(\* 강의용 자료 조사)

이와 같이 연구지원서비스로서 제공하는 자료의 범위 및 유형은 다양하나, 특히 최근의 경향으로서 부각되는 것은 과학기술 분야의 경우 특허자료 검색 요청이 많다는 것과 함께 사회과학 분야 전반에 걸쳐 통계자료에 대한 요구도가 높다는 점이다.

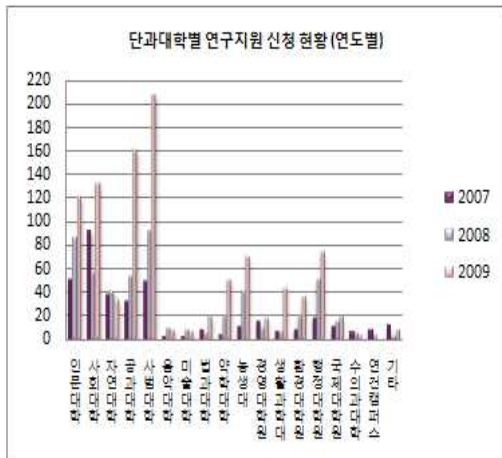
따라서 이와 같은 자료 요구도는 앞으로의 연구지원서비스의 추진 방향과 맞물려 생각할 때 시사하는 바가 크다고 하겠다. 즉, 연구지원서비스의 활성화 및 질적 고도화를 추구함에 있어 주제전문사서가 갖추어야 할 업무 역량으로는 비단 주제 전문성만이 아니라, 특허 및 통계자료와 같은 특화된 자료에 대한 해박한 지식 및 검색 스킬이 요구된다는 점이다. 그리고 이 같은 특화 정보서비스는 도서관 현장에서 요구되는 지속적인 정보서비스 아이템 개발과 관련하여서도 주력 상품화할 수 있는 유망한 아이템으로 사료된다.

한편 연구지원서비스 이용자의 신분별 분포 현황은 다음과 같다. 아래 그림을 통해 서비스 초기인 2007년도로부터 최근 2009년에 이르기까지 신분별 이용률의 변화 추이를 알 수 있으며, 특히 2009년도의 비약적인 서비스 신청 증가와 함께 대학원생 및 연구생 이용자의 신청률 급증이 주목할 만하다. 참고로, 2007~2009년 3개년 간의 신분별 이용률 누적 분포를 보면 교수 33%, 대학원생 및 연구생 62%, 기타 연구원 및 도서관 회원 등이 5%로 나타나고 있다.

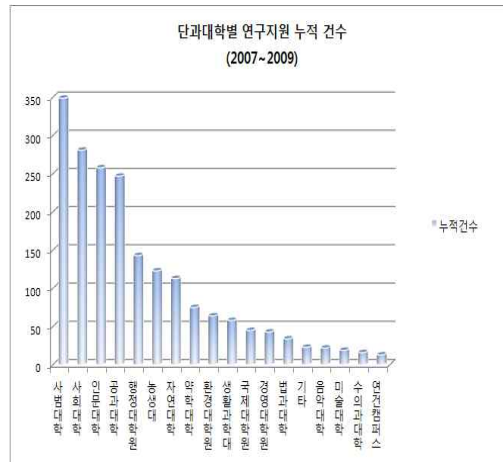


[그림 8] 연구지원서비스 신분별 신청 현황 (2007 ~ 2009)

이어 단과대학별 서비스 신청 현황을 나타낸 것이 [그림 9], [그림 10]으로서, 각 연도별로 단과대학별 신청 추이에 현저한 변화가 나타나고 있다. 즉, 서비스 시행 초기에는 사회대, 인문대, 사범대, 자연대, 공대 순으로 서비스 신청률이 높았으나, 2008년 이후에는 사범대 및 공대로부터의 신청률이 급증하고 있으며, 또한 단위 대학(원)의 규모에 비해 행정대학원으로부터의 신청률이 대단히 높게 나타나고 있다.



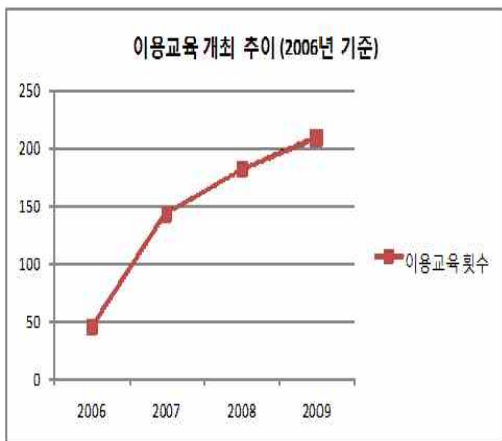
[그림 9] 단과대학별 연구지원 신청 현황



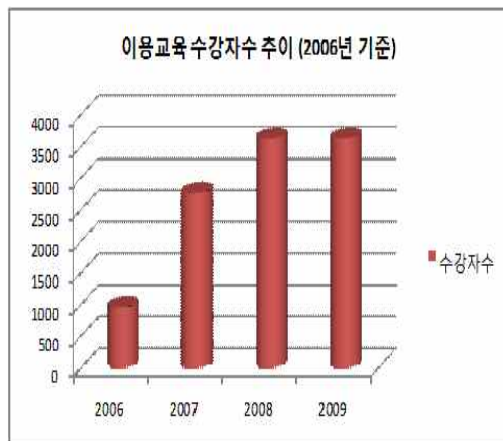
[그림 10] 단과대학별 연구지원 누적 건수

### 3.2.3.3 이용교육

학과전담사서제의 도입 이전에도 도서관 이용교육으로서 주제별 데이터베이스 교육 및 EndNote 이용교육 등이 정기 또는 비정기적으로 개최되어 왔으나, 교육 개최 횟수 및 수강자 수 규모는 학과전담사서제 도입을 분기점으로 하여 급격한 변화를 맞이하였다. 즉 아래 그림에서 나타나듯이 학과전담사서제 도입 직전인 2006년을 기준으로, 이후 2007~2009년의 이용교육 개최 횟수 및 수강자수 규모 모두 수직 상승하고 있다.



[그림 11] 이용교육 개최 횟수 추이



[그림 12] 이용교육 수강자수 추이



한편 학과전담사서제 도입 이후 이용교육 운영상의 특기할 만한 변화로는 다음과 같은 점을 들 수 있다.

1) EndNote 이용교육에 대한 수요 폭증으로 당초의 교육 담당 강사를 1명에서 4명으로 추가 양성하고 강좌수를 증설하였다, 2) 종래 일원화된 EndNote 교육을 초급 및 중급으로 나누어 수준별로 분반 개설하였다, 3) 신학기 초 신입생 도서관 오리엔테이션을 정례화하고 특정기간을 확보하여 집중 실시하였다, 4) 외국인 이용자 교육을 신설하고 연간 총 2회, 반기별로 개최하였다, 5) 수업과 연계한 교수 강의지원교육 신청이 대폭 증가하였다, 6) 학내 연구실 및 실험실 등 소그룹 단위의 출장교육 신청률이 크게 신장되었다.

### 3.2.3.4 장서관리

주제전문사서가 수행해야 될 주요 업무로서 '장서관리(Collection development)'은 매우 중요한 몫을 차지한다. 이는 앞서 국내 사례에서도 언급했듯이 서양서 단행본에 대한 자료 선정, 구독 학술지 및 데이터베이스에 대한 분석 및 의견 제시 등으로 나타나고 있다.

이 같은 점에서 볼 때 서울대 사례는 아직 장서관리를 주제전문사서의 정규 업무로서 정착시키고 있지 못한 실정이다. 그리고 이러한 업무 상 제약은 '유관 부서와의 업무분장 합의'가 원만하게 이루어지지 못한 점에서 찾아야 할 것이다. 이러한 배경에서 학과전담사서는 서비스 시행 초기로부터 자료 선정 이외 장서관리의 부수적인 업무를 수행하여 왔다.

그 대표적인 수행 업무로는 1) 교수진과의 접촉을 통해 접수한 구입 희망도서의 신청 처리, 2) 학과별 구독 학술지 목록 작성 및 제공, 3) 주제별 신간 출판정보 수집·제공, 4) 교수진으로부터 접수한 구독 희망 학술지 및 데이터베이스의 담당 부서 전달 및 구독 반영 여부 통보 등이 있다. 다만 이러한 업무는 어디까지나 교수진으로부터의 수요 발생 시 제공한 서비스 사례로서 학과전담서비스의 전체 업무에서 차지하는 비중은 미미한 수준이다.

이상과 같은 업무 경과를 거쳐 2009년 하반기에는 도서관 최고경영자의 업무 지시를 통해 서양서 단행본의 기획수서와 함께, 학술지의 구독 갱신 확정을 위한 학과별 수요 조사를 측면에서 지원하게 되었다. 아울러 향후 도서 구입 예산 규모의 확대에 따라서는 자료 선정 업무가 학과전담사서의 업무 영역에서 상당한 비중을 차지하게 될 것으로 전망하고 있다.

### 3.2.3.5 서비스 홍보

학과전담서비스 홍보는 서비스 시행 초기부터 현재에 이르기까지 역점을 두어 추진한 업무라고 할 수 있다. 그간의 홍보 활동은 크게 학내 학사 운영 관련 행사의 활용과 온·오프라인 홍보매체 활용 및 홍보물의 제작·배포 등으로 나누어 볼 수 있다.

1) 학내 학사 관련 행사 활용

신규 서비스인 학과전담서비스에 대한 학내 교수진의 인지도 제고가 급선무였던 만큼 학내 학사 관련 행사를 적극 활용함으로써 초기 인지도 확산을 꾀하였다. 주요한 행사 참가 사례로는 1) 신규 임용교원 워크숍, 2) 법과대학 신규 임용교원 워크숍, 3) 생활과학대 교수회의, 4) 농생대 교수 학사협의회, 5) 독어독문학과 교수 집담회 등이 있으며, 이 같은 행사 참가 및 서비스 홍보 기회를 통하여 단시간에 보다 많은 교수진에게 서비스를 노출시키는 효과를 거둘 수 있었다. 이 가운데 특히 대학 차원의 행사로서 매년 상하반기 두 차례에 걸쳐 개최되는 신규 임용교원 워크숍은 학과전담서비스에 대한 최적의 홍보 기회라고 할 수 있다. 이는 곧 워크숍을 통한 적극적 홍보와 함께 후속 교수 방문·면담으로의 연계는 장기적인 도서관 협력 파트너로서의 신입 교원을 고객으로 확보할 수 있는 절호의 기회가 되고 있기 때문이다.

## 2) 온·오프라인 홍보 매체 활용

학내 홍보 매체로서 오프라인의 대학신문<sup>46)</sup>을 비롯, 서울대 소식<sup>47)</sup> 등과 같은 온라인 매체를 통한 보도기사 게재는 학내 인지도에 미치는 홍보 효과가 큰 것으로 평가된다. 그리고 학내 뿐 아니라 인터넷 언론 매체에 게재된 보도기사 또한 대단히 강력한 홍보 효과를 발휘하였다. 또한, 이 같은 보도기사는 비단 서비스 홍보로서 뿐만 아니라 도서관에 대한 전반적인 이미지 제고에도 기여하는 것으로 간주된다. 이는 환언하면, 학내외 홍보 매체에 대한 도서관의 노출 빈도 제고를 통해 기관의 존재감을 부각시킴으로써 보다 적극적이고 역동적인 도서관 이미지 창출에 기여하였다고 하겠다.

한편 학내 교수 및 대학원생 대상 홍보 E-mail 발송과 함께 도서관 홈페이지 초기화면의 홍보용 배너, 도서관 블로그 및 PDP를 활용한 홍보물 게시도 즉각적인 서비스 수요 증가로 이어져 소기의 홍보 효과를 거둘 수 있었다.

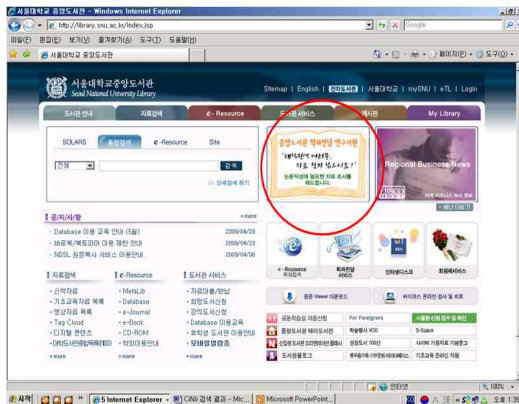
## 3) 홍보물 제작·배포

서비스 초기 제작한 홍보용 리플릿 및 교수 방문 기념품 제작 외에 특기할 만한 홍보물로서는 학내 교수를 대상으로 한 홍보용 카드를 들 수 있다. 기존의 온라인 홍보가 포화 상태에 이르렀다고 해도 과언이 아닌 오늘날 오히려 아날로그 방식의 홍보 카드는 유형의 홍보물로서 매체 수명이 상대적으로 길어 일회성 홍보로 끝나지 않고 서비스에 대한 교수진의 꾸준한 관심을 유도할 수 있었던 것으로 평가된다.

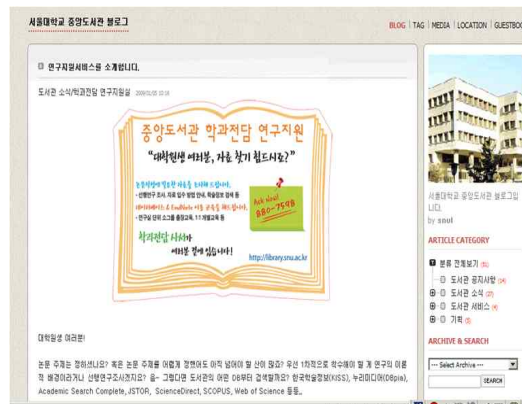
이 외에도 주 고객층인 교수진과 대학원생을 겨냥한 홍보용 자석 스티커의 제작·배포 및 투명 폴더 제작 등을 그간의 주요한 제작 성과로 들 수 있다.

46) 대학신문, 2007년 11월 12일

47) 서울대 소식, 2009년 9월 4일 <[http://www.snu.ac.kr/withsnu/with0101\\_view.jsp?idx=129138](http://www.snu.ac.kr/withsnu/with0101_view.jsp?idx=129138)>



[그림 13] 도서관 홈페이지 활용 홍보용 배너 게시



[그림 14] 도서관 블로그 활용 홍보 게시

### 3.2.3.6 학과전담사서 재교육

학과전담서비스 수행을 위해 전담사서가 갖추어야 할 역량은 실로 다양하다. 그것은 주제 배경 지식을 비롯, 정보원에 대한 해박한 지식, 정보검색 스킬 등의 제반 역량은 물론, 교수진과의 원활한 커뮤니케이션 스킬, 효과적인 강의 교수법, 적극적인 서비스 마인드 등 요구되는 자질의 스펙트럼은 실로 광범위한 측면에 걸쳐 있다고 할 수 있다.

이와 같은 배경 하에서 전담사서의 업무 역량 강화를 위한 자구 노력으로는 1) 학습동아리 활동, 2) 외부 전문교육기관의 주제전문사서 양성 프로그램 참가, 3) 각종 외부 세미나 참가 등으로 집약할 수 있다.

학습동아리 활동은 대학 본부의 예산 지원으로 2007년부터 시작된 것으로 서울대 직원의 업무 현안 개선 및 자질 향상을 목적으로 하고 있다. 이에 따라 2007년부터 시작된 학과전담사서의 학습동아리 활동은 ‘연구지원 학습모임’으로서 현재까지 지속되고 있으며, 그 간 자체 학습 및 발표, 외부 초청강사 특강을 통한 업무 지식과 경험의 공유·축적은 학과전담서비스 시행에 상당한 기여를 하였다. 여기에서 특별히 주목할 만한 학습 성과로는 ‘특허정보 검색’ 교육과 ‘기술거대 관련 자료 활용 교육’을 들 수 있으며, 이 같은 학습 기회는 실제 업무를 통해 양질의 특허정보 서비스 제공으로 구현되고 있다.

그럼에도 이 같은 자체 교육·훈련만으로는 학과전담사서의 주제전문 역량을 충족시키기에는 역부족인 것이 사실이다. 게다가 학과전담 부서 신설 초기 계획하였던 직원별 담당 주제와 연동한 학내 유관 대학(원) 강의 청강 및 대학원 진학 지원도 아직 구체화되고 있지 못한 것이 현실이다. 따라서 앞으로 학과전담사서의 주제전문 역량을 강화하기 위해서는 사서 개개인의 자발적 노력도 요구되나, 장기적으로는 기관 차원의 주제전문사서 육성을 향한 확고한 지원책 마련이 수반되어야 할 것으로 사료된다.

### 3.3 성과 및 과제

이상에서는 서울대 학과전담서비스의 전체 업무 영역을 중심으로 그간의 업무 추진 경과를 가급적 소상하게 피력하였다. 그리고 이 같은 구체적인 업무 현황으로부터 학과전담 서비스 전반에 걸친 그간의 괄목할 만한 성과를 개관할 수 있었다. 그리하여 서울대 사례에서 볼 수 있는 소기의 성과를 여기에서 다시 요약하자면 그것은 1) 교수진과의 관계 형성을 통한 일정 고객층의 확보, 2) 종래 서비스 수요의 영세성을 면하지 못했던 연구지원 서비스 및 이용교육의 본격 활성화, 3) 서비스 수요의 양적 팽창 및 전담사서의 경험 축적에 의한 서비스 질 향상, 4) 서비스에 대한 학내 인지도 향상 및 기관 이미지 제고 등으로 집약된다.

그럼에도 학과전담서비스 운영 과정에서 제기되었던 제반 문제점 또한 앞으로의 해결과제로서 개선 방향 모색이 시급한 시점이다. 따라서 이하에서는 그간의 서비스 운영 경험을 기반으로 앞으로의 명실상부한 주제전문서비스 정착을 위해 해결해야 할 몇 가지의 주요 당면 과제를 지적하고자 한다.

#### 1) 인력 배치 및 운용

현행 학과전담사서 1인 당 담당 학과(또는 대학원·전공 과정)는 평균 9개로, 이들 학과는 유사 학문 주제로 통합 운영되고는 있으나, 여전히 담당 학문의 다양성 및 서비스 대상 학과 간 현격한 수요 편차로 인해 내실 있는 서비스 운영에 어려움이 있다. 여기에서 담당 학문의 다양성은 결국 인력 증원이라는 해결책으로 귀결되는 사안인 만큼 현재의 학과전담사서 인력에서 더 이상의 대규모 인력 충원은 어려운 것이 현실이다. 또한, 서비스 대상 학과 간의 서비스 수요 격차도 고려해야 할 사항으로서, 현행 인력 구조 안에서 이들 현안 해결을 위한 절충안으로서 이른바 학과 간 ‘선택과 집중’ 전략이 필요한 것으로 사료된다. 즉, 종래 지향하던 서비스 대상 전 학과에 대한 양질의 균일한 서비스 제공은 현실적 여건과는 괴리가 큰 이상론임을 인정하고 일정 부분 투자 대비 효과를 고려하여 서비스 수요도 및 반응이 상대적으로 높은 학과를 선택, 이들 학과에 서비스를 집중하는 전략을 시도해 보는 것도 앞으로의 방향 설정에 있어 적용 가능한 방안일 것이다.

한편 직원 인사이동으로 인한 학과전담사서 인력 교체의 문제도 개선되어야 할 사안이다. 이로 인한 문제는 서비스 경험 축적이라는 현실적 주제 전문성 육성 기회를 박탈하고, 또한 교체 인력으로 영입되는 신규 인력에 대한 업무 훈련 부담이 가중됨으로써 업무 추진에 많은 고충이 따른다는 것이다. 그리고 보다 중요한 것은, 교수 리에종을 위한 전담 창구 내지 서비스 파트너인 전담사서의 잦은 교체는 그만큼 서비스 연속성을 결여시킴으로써 교수진의 신뢰도를 떨어뜨려 고객층 확보를 어렵게 한다는 것이다. 따라서 이와 같은 점을 감안하여 향후 학과전담사서의 인력 운용에 있어서는 최대한 인력 교체를 억제하고

경력 있는 중간 리더 층을 육성함으로써 서비스의 질을 유지하고 궁극적으로는 질적 고도화를 구현할 수 있는 조직 체제로 나아가야 할 것이다.

## 2) 분관과의 역할 분담 정립

학과전담서비스 시행 초기부터 대두되었던 문제의 하나가 분관과의 업무 혼선 초래에 대한 우려였다. 이 같은 우려의 대표적인 한 예로서, 각 분관에서 독립적으로 자료 구입 예산을 집행하는 상황에서 분관 관할 대학의 교수진으로부터 자료 구입 요청이 이루어질 경우, 결국 이러한 요청은 소속 분관으로의 이첩이 불가피하게 됨으로써 학과전담서비스가 표방하는 One-stop 서비스 창구로서의 역할 수행이 어렵다는 것이다.

결국 분관과의 역할 분담이 명료하지 않은 가운데 서비스 관할 기관의 이중 구조로 인해 분관 소속 대학에 따라서는 학과전담서비스 추진이 원활하지 않은 사례도 종종 나타났음은 앞으로의 정책 추진에 있어 해결 과제라 할 만하다.

한편으로는 관할 대학의 학문 주제에 정통한 전문도서관으로서의 분관 육성이라는 점에서 주제전문 역량 강화 또한 각 분관의 해결과제라 할 수 있다. 물론 여기에는 분관 인력 부족이라는 현실적 제약이 장애물로 작용하고 있음은 주지의 사실이나, 장기적인 관점에서 주제전문도서관으로서의 분관의 위상 강화를 위해서도 현행 연구지원서비스의 점진적 이관이 필요한 것으로 사료된다. 다만 이를 위해서는 분관에 대한 전문 인력 지원 및 체계적인 육성 대책이 뒤따라야 할 것으로 보다 실효성 있는 방안의 강구가 요망된다.

## 3) 이공계 주제전문 인력 확보 필요

학과전담서비스 시행 초기부터 서비스 안정화 단계에 접근한 오늘날까지 그간의 서비스 경험 축적은 전담사서의 주제 전문성 강화를 위한 현실적 기반이 되었음이 사실이다. 그럼에도 학문 특성 상 과학기술 분야의 경우, 서비스 경험으로부터 축적할 수 있는 주제 전문성의 정도는 기대하기 어렵다고 해야 할 것이다. 더군다나 현실적으로 이공계 출신 전문 인력 채용이 어려운 상황에서 부득이 비전공자가 주제전문서비스를 수행해야 하는 관계로 과학기술 분야에 대한 심도 있는 서비스 제공에 한계가 있다고 할 수 있다. 결국 이처럼 상대적으로 취약한 과학기술 분야에 대한 서비스 입지는 나아가 적극적인 서비스 확대 및 질적 고도화 전략 추진을 어렵게 하고 있다. 따라서 이공계 주제전문서비스를 위한 전문 인력 확보는 시급한 과제로서 이에 따른 다각적인 해결 방안의 강구가 요망된다. 이와 관련 현직 사서를 이공계 주제전문 인력으로 양성하기 어려운 것이 현실인 만큼, 이공계 출신의 전문 인력 채용이 가능한 여건 조성 또는 제도 마련이 뒤따라야 할 것으로 사료된다.

#### 4. 결론

본고에서는 서울대의 학과전담서비스를 중심으로 이른바 주제전문서비스의 현실적 좌표를 조감해보았다. 그리고 이 같은 서울대 사례에 대한 상세한 기술은 곧 주제전문서비스 도입의 선두 그룹에 속하는 서울대의 그간의 추진 경과 및 성과가 후발 그룹 도서관에 미치는 파급효과는 결코 과소평가할 수 없다는 인식에 기반을 둔다. 그만큼 서울대의 사례는 국내 주제전문서비스의 하나의 모델로서 타 도서관으로부터도 남다른 관심의 대상이 되고 있기에 앞으로도 서비스 성패에 대한 서울대의 책임감은 자못 크다.

이 같은 점에서 서울대 학과전담서비스를 재조명할 때, 아직은 수행 업무 영역이라거나 업무 비중 등 제반 부문에서 확고한 기틀을 갖추고 있다고는 할 수 없다. 따라서 당분간은 최상의 서비스 모델을 도출하기까지 탄력적 업무 추진과 함께 그에 따른 부분적 궤도 수정은 불가피할 것으로 보인다. 예컨대 교수 방문과 관련해서도 방문 교수진의 저변 확대라는 기조는 유지하되, 주력 대상은 점차 신입교수 및 외국인 교수로의 다변화가 필요하다. 아울러 장서관발과 관련한 자료선정 업무도 학과전담사서의 정규 업무로서 정착되어야 할 것으로, 자료선정 및 연구지원 업무 경험의 축적이 곧바로 주제전문 역량 강화로 이어지고 또한 역으로, 축적된 주제 전문성을 자료선정과 연구지원서비스의 질적 향상으로 되돌리는 선순환 구조의 정착이 필요한 시점이다.

그리고 다른 한편으로는 서울대를 비롯한 국내 대학도서관의 주제전문서비스 발전을 위해서도 국가 차원의 주제전문사서 양성 프로그램의 제도적 정착 및 주제전문사서 자격 제도 확립 등이 뒤따라야 할 것이다.

과거 3년간의 서비스 경험을 회고할 때 결국 주제전문서비스는 도서관에 있어 전혀 새로운 업무라고는 할 수 없다. 그것은 종래 우리들이 수행해 온 정보서비스의 범주이기도 하고, 장서관발의 한 부문이기도 하다. 다만 분명한 차이점이라면 과거 소수 인력에 의존할 수밖에 없었던 대단히 소극적이고 존재감 없는 서비스 체제로부터 이제는 전담 인력 규모라거나 서비스 질에 있어 전문성에 기초한 확고한 서비스 제공 시스템을 갖추었다는 점일 것이다. 그리고 이 같은 획기적인 시스템의 변화는 앞으로 보다 수준 높은 서비스 고도화로, 나아가서는 사서의 전문성 강화와 도서관의 위상 강화로 이어져야 함은 결국 주제전문사서가 부담해야 할 책무이다. 아울러, 교수 리에종을 통한 교수진과의 긴밀한 협력 체계 구축과 그들에 대한 부단한 ‘감동’ 서비스의 개발 또한 주제전문사서의 몫임은 분명하다. 따라서 이처럼 막중한 주제전문사서로서의 책무와 함께 전문직으로서의 자부심을 가지고, 서울대의 학과전담서비스가 국내 주제전문서비스 발전에 하나의 모델로서 확고한 궤적을 남길 수 있기를 기대해 본다.

<참고문헌은 각주로 대신함>